

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 KOMUNIKASI, DEFINISI DAN PROSES**

##### **2.1.1 Definisi Komunikasi**

Dalam penelitian ini yang menarik beratkan pada proses alur komunikasi pada sebuah organisasi, kemudian peneliti merasa penting untuk memberikan atau memaparkan definisi komunikasi sebagai bahan kajian penelitian. Kenyataan telah menunjukkan bahwa komunikasi merupakan unsur penting bagi kehidupan manusia. Sebagai konsekuensi makhluk sosial, setiap manusia akan melaksanakan kegiatan komunikasi bila ingin mengadakan hubungan dengan pihak lain. Oleh sebab itu, terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (Effendy, 2002:3).

Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin communication yang bersumber pada kata communis yang berarti sama, dalam arti kata sama makna. Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media (Effendy, 2002:4).

Carl. I Hovland mendefinisikan komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambang bahasa) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan) (Effendy, 2002:48). Harold Lasswell menyatakan bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang

sampaikan, melalui jaringan apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya” (Cangara, 2000:18).

Defenisi-definisi yang dikemukakan tersebut tentunya belum mewakili semua defenisi komunikasi yang telah dibuat banyak pakar, namun sedikit banyaknya kita telah memperoleh gambaran seperti apa yang dikemukakan oleh Shannon dan Weaver bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja (Cangara, 2000:20).

Karena itu jika kita berada dalam suatu situasi berkomunikasi, maka kita memiliki beberapa kesamaan dari simbol-simbol yang digunakan dalam berkomunikasi. Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat lebih efektif maka dapat digunakan komunikasi yang efektif berarti, bahwa komunikator dan komunikan, dalam hal ini lembaga dan masyarakat sama-sama memiliki pengertian yang sama mengenai sesuatu yaitu kebutuhan dan keinginan dari masyarakat terpenuhi dengan baik.

Dari pengertian komunikasi sebagaimana diutarakan diatas, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Seperti dikutip dari (Cangara, 2000:29), Dalam “bahasa komunikasi” komponen-komponen tersebut adalah sebagai berikut :

1. Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan, bisa terdiri dari 1 orang tetapi juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga.

2. Pesan adalah pernyataan yang didukung oleh lambang yang ditujukan oleh komunikator kepada komunikan.
3. Komunikan adalah orang yang menerima pesan, bisa terdiri dari satu orang atau lebih.
4. Media adalah sarana atau jaringan yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
5. Efek adalah dampak sebagai pengaruh dari pesan yang berupa sikap dan tingkah laku seseorang (Effendy, 2002:6) Joseph A. Devito membagi komunikasi atas empat macam, yakni komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi public dan komunikasi massa (Cangara, 2000:29). Seperti telah disinggung di muka, kegiatan humas pada hakekatnya adalah kegiatan komunikasi dan komunikasi yang digunakan pada kegiatan humas ini adalah komunikasi public (Public Communication).

Komunikasi publik memiliki ciri komunikasi interpersonal (pribadi), karena berlangsung secara tatap muka, tetapi terdapat beberapa perbedaan yang cukup mendasar sehingga memiliki ciri masing-masing. Dalam komunikasi publik penyampaian pesan berlangsung secara kontiniu. Dapat diidentifikasi siapa yang berbicara dan siapa pendengarnya. Interaksi antara sumber dan penerima sangat terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas. Hal ini disebabkan oleh jumlah khalayak yang relatif besar (Cangara, 2000:34).

Komunikasi publik berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan (solidaritas), mempengaruhi orang lain, memberi informasi, mendidik dan menghibur (Cangara, 2000:2) .

#### 2.1.2 Proses Komunikasi

Secara garis besar, pengertian proses adalah suatu rangkaian kejadian yang tidak memiliki batas awal dan akhir. Menurut Klopff (1985), proses merupakan dinamika, terjadi secara sistematis, adaptasi, berkesinambungan, transaksional dan tidak mudah berganti (Panuju, 1997 : 55-56).

Dalam Efendy, (2002 : 14-24) Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan/ atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam komunikasi adalah bahasa, kiasan, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya, yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan/ atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa *bahasa* yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas, karena hanya bahasalah yang mampu “menerjemahkan” pikiran orang lain.

*Kiasan* (*gesture*) memang dapat “menerjemahkan” pikiran seseorang, sehingga terekspresikan secara fisik. Tetapi, menggerakkan tangan, atau memainkan jari-jemari, atau mengedipkan mata, atau menggerakkan anggota tubuh lainnya, hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu saja (sangat terbatas).

Demikian pula dengan *isyarat* dengan menggunakan alat, seperti tengtong, bedug, sirene, dan lain-lainnya, serta *warna* yang mempunyai makna tertentu. Kedua lambang itu amat terbatas dengan kemampuannya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain. *Gambar* sebagai lambang yang banyak dipergunakan dalam komunikasi memang melebihi kial, isyarat, dan warna dalam hal kemampuan “menerjemahkan” pikiran seseorang, tetapi tidak melebihi bahasa.

Proses komunikasi secara skunder menurut, Efendy, (2002 ) adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya, dikarenakan komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif, perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju. Komunikan media surat, poster, atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikan surat kabar, radio, televisi atau film. Setiap media

memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan dalam penyampaian suatu pesan tertentu pula

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam suatu organisasi. Keberhasilan suatu organisasi sangat tergantung kepada kelancaran komunikasi yang dilakukan oleh para anggotanya. Komunikasi yang dihubungkan dengan suatu organisasi disebut komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi ini tentu akan berhubungan dengan suasana dan hubungan kerja di dalam organisasi tersebut.

Persepsi mengenai komunikasi organisasi banyak dikemukakan oleh para ahli diantaranya menurut Katz dan Kahn adalah komunikasi organisasi merupakan suatu arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi (Muhammad, 1995:65).

Deddy Mulyana (2001:75) membagi komunikasi organisasi dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi, komunikasi organisasi (organizational communication) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi sering sekali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal.

Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat. Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun

informal dari suatu organisasi. Komunikasi dalam organisasi menggunakan dua saluran dasar yaitu saluran formal dan informal keduanya penting dan membawa pesan ada kalanya menegaskan untuk seluruh organisasi. Saluran formal adalah saluran yang telah ditetapkan oleh organisasi atau instansi. Pesan-pesan mengalir ke dalam tiga arah : ke bawah, ke atas dan kesamping. Pesan-pesan ke bawah terutama berisi informasi yang perlu bagi staf manapun untuk melaksanakan tugasnya, seperti kebijakan-kebijakan dan prosedur, perintah dan permintaan yang diturunkan ke tingkat yang tepat dalam jenjang hirarki. Pesan-pesan ke atas berbentuk laporan, permintaan, opini dan keluhan. Pesan-pesan kesamping berlangsung antar departemen, gugusan fungsi atau antar orang-orang pada tingkat yang sama dalam organisasi. Komunikasi formal terjadi dalam struktur organisasi formal dan berwujud pola-pola hubungan formal, jadi dapat dikatakan dalam komunikasi formal terdapat pola tingkah laku yang relatif stabil dan berubah sangat lamban (Mulyana, 2001:85)

Saluran informal terbentuk dari kesamaan kepentingan diantara orang-orang dalam organisasi. Selentingan merupakan saluran yang ampuh. Diperkirakan lebih dari setengah informasi yang dibutuhkan para pimpinan dalam membuat perencanaan diperoleh melalui selentingan. Selentingan tersebut mungkin menyimpang, namun seringkali lebih dipercaya dari pada pesan yang disampaikan melalui saluran formal. Saluran informal seringkali menjadi satu-satunya sarana komunikasi ketika saluran formal mengalami kemacetan atau gangguan.

## 2.2 KOMUNIKASI ORGANISASI

Komunikasi organisasi sangat penting dan layak untuk dipelajari karena sekarang ini banyak orang yang tertarik dan memberikan perhatian kepadanya guna mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk tujuan organisasi, baik organisasi komersial seperti lembaga bisnis dan industri maupun organisasi-organisasi sosial seperti lembaga-lembaga pemerintah maupun lembaga-lembaga swasta.

Komunikasi organisasi adalah suatu disiplin studi yang dapat mengambil sejumlah arah yang sah dan bermanfaat. Bahkan studi komunikasi organisasi sebagai landasan kuat bagi karir dalam manajemen, pengembangan sumber daya manusia, dan komunikasi perusahaan, dan tugas-tugas lain yang berorientasikan manusia dalam organisasi.

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Komunikasi organisasi terjadi kapanpun juga, setidaknya ada satu orang yang menduduki suatu jabatan dalam suatu organisasi menafsirkan suatu pertunjukan pesan.

Secara tradisional (fungsionalis dan objektif) komunikasi organisasi cenderung menekankan kegiatan penanganan pesan yang terkandung dalam suatu "batas organisasional (organizational boundary). Fokus utamanya adalah menerima, menafsirkan dan bertindak berdasarkan informasi dalam suatu konteks.



Dimana tekanannya adalah pada komunikasi sebagai suatu alat yang memungkinkan orang beradaptasi dengan lingkungan mereka.

Redding dan Sanborn memberikan pengertian bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Kemudian katz dan khan menyatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi, dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. (Muhammad, 1995:65)

Komunikasi mendudukan struktur organisasi dan adaptasinya dengan lingkungan. Bila organisasi merupakan suatu pemroses informasi besar, maka maksud proses komunikasi adalah untuk memperoleh informasi yang tepat bagi orang yang tepat pada saat yang tepat.

Sementara sifat terpenting komunikasi organisasi adalah penciptaan pesan, penfasiran dan penanganan kegiatan anggota organisasi. Bagaimana komunikasi berlangsung dalam organisasi dan apa maknanya bergantung pada konsepsi seseorang mengenai organisasi. Bila organisasi dianggap sebagai suatu struktur atau wadah yang telah ada sebelumnya, maka komunikasi dapat dianggap sebagai “suatu substansi nyata yang mengalir ke atas, ke bawah, dan ke samping dalam suatu wadah”. Dalam pandangan itu, komunikasi berfungsi mencapai tujuan dari sistem organisasi.

Organisasi diartikan sebagai suatu sistem yang terdiri dari pola aktivitas kerja sama yang dilakukan secara teratur dan berulang-ulang oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan Atau dengan meminjam definisi dari Goldhaber yang menyatakan bahwa komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan

saling tukar menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (Muhammad, 1995:67).

#### 2.2.1 Pola Komunikasi Organisasi

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa pola komunikasi merupakan suatu sistem penayampaian pesan melalui lambang-lambang tertentu, mengandung arti tertentu dan pengoperan langsung untuk mengubah tingkah laku individu yang lain untuk tingkah laku individu yang lain. Meskipun semua organisasi harus melakukan komunikasi dengan berbagai pihak untuk mencapai tujuannya, pendekatan dan sistem pesan yang dipakai antara satu organisasi dengan organisasi yang lain bervariasi atau berbeda-beda. Untuk organisasi berskala kecil mungkin pengaturannya tidak terlalu sulit sedangkan untuk perusahaan besar yang memiliki ribuan karyawan maka penyampaian informasi kepada mereka merupakan pekerjaan yang cukup rumit. Salah satu tantangan besar dalam menentukan pola komunikasi organisasi adalah proses yang berhubungan dengan jaringan komunikasi. Jaringan komunikasi dapat membantu menentukan iklim dan moral organisasi, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada jaringan komunikasi. Tantangan dalam menentukan pola komunikasi organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi keseluruhan bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Untuk menjalankan dan mencapai tujuan tersebut maka dalam organisasi terdapat beberapa arah formal dan informal jaringan komunikasi dalam organisasi.

Untuk itu, menentukan suatu pola komunikasi yang tepat dalam suatu organisasi merupakan suatu keharusan. Pola komunikasi yang terjadi dalam organisasi dapat dilihat dalam bentuk aktivitas regualar meeting. Dimana pola komunikasi yang terdapat dalam aktivitas regular meeting itu sendiri banyak dipengaruhi oleh jaringan komunikasi. Secara umum pola komunikasi yang terdapat dalam aktivitas regular meeting dikelompokkan menjadi jaringan komunikasi formal dan informal.

Menurut Muhammad (1995:102), pola komunikasi yang terdapat dalam organisasi meliputi :

### **1. Pola Komunikasi Formal**

Bila pesan mengalir melalui jalan resmi yang ditentukan oleh hirarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan maka pesan itu menurut jaringan formal. Ada tiga bentuk utama dari arus pesan dalam jaringan komunikasi formal yang mengikuti struktur organisasi, yaitu:

#### **A. Komunikasi Ke Bawah (Donward Communication)**

Pada tingkat ini, arus pesan dan informasi dari pimpinan atau manajer yang berada pada struktur lapisan atau organisasi mengalir keseluruh lapisan bawah organisasi, kepada seluruh pegawai yang berada di bawah struktur organisasi. Secara umum komunikasi kebawah dapat diklasifikasikan atas lima tipe, yaitu:

##### **1. Intruksi tugas**

Yaitu pesan yang disampaikan kepada bawahannya mengenai apa yang dihapkan dilakukan mereka dan bagaimana melakukannya. Pesan itu mungkin

bervariasi seperti perintah langsung, deskripsi tugas, prosedur manual, program latihan tertentu, alat-alat bantu melihat dan mendengar yang berisi pesan-pesan tugas dan sebagainya. Instruksi tugas yang tepat dan langsung cenderung dihubungkan dengan tugas yang sederhana yang hanya menghendaki keterampilan dan pengalaman minimal. Instruksi yang lebih umum biasanya digunakan bagi tugas-tugas yang kompleks, dimana pegawai diharapkan pertimbangannya, keterampilan dan pengalamannya.

## 2. Rasional

Yaitu pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas itu dengan aktivitas lain dalam organisasi atau objektif organisasi, kualitas dan kuantitas dari komunikasi rasional ditentukan oleh filosofi dan asumsi pimpinan mengenai bawahannya. Bila pimpinan menganggap bawahannya pemalas, atau hanya mau bekerja bila dipaksa maka pimpinan memberikan pesan yang bersifat rasional ini sedikit. Tetapi bila pimpinan menganggap bawahannya orang yang dapat memotivasi diri sendiri dan produktif maka biasanya diberikan pesan rasional yang banyak.

## 3. Ideologi

Pesan mengenai ideologi ini adalah merupakan perluasan perluasan dari pesan rasional. Pada pesan rasional, penekanannya ada pada tugas dan kaitannya dengan perepektif organisasi. Sedangkan pada ideologi sebaliknya, mencari sokongan dan antusias dari anggota organisasi guna memperkuat loyalitas, moral dan motivasi.

#### 4. Informasi

Pesan informasi dimaksudkan untuk memperkenalkan bawahan dengan peraktek-peraktek organisasi, peraturan-peraturan organisasi, keruntungan, kebiasaan dan data lain yang tidak berhubungan dengan instruksi dan rasional, Misalnya handbook bagi pegawai.

#### 5. Balikan

Yaitu pesan berisi informasi mengenai ketepatan individu dalam melakukan pekerjaannya. Salah satu bentuk sederhana dari balikan ini adalah pembayaran gaji pegawai yang telah siap melakukan pekerjaannya atau apabila tidak ada informasi dari atasan yang mengkritik pekerjaannya, berarti pekerjaannya sudah memuaskan. Tetapi apabila hasil pekerjaan pegawai kurang baik, balikannya mungkin berupa kritikan atau peringatan terhadap pegawai tersebut.

Dalam realitas, ketika organisasi dalam skala relatif kecil karena baru bertumbuh, kesederhanaan struktur, komunikasi, keterlibatan dan keikatan pegawai relatif tinggi. Tetapi manakala telah berkembang makin besar dan kompleks, dimana struktur tugas dan penerapan teknologi tinggi yang makin massif, serta tingkat pelayanan produksi barang dan jasa makin bervariasi, meningkat dalam volume dan kuantitas serta kualitas. Secara komunikatif, organisasi cenderung akan mengalami banyak kemunduran yang dirasakan pegawainya.

Persoalan komunikasi yang sering kali muncul pada tingkatan ini, adalah persoalan relevansi dan ketetapan isi pesan dan informasi dimana pesan

dan informasi tersebut mengalami disortasi, gangguan, penyaringan (filtering) ataupun arti pesan yang telah dilebih-lebihkan (exaggeration), serta waktu (timing) penyampaian yang tidak tepat. (Muhammad, 1995:110)

#### B. Komunikasi Ke Atas (Upward Communication)

Komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkatan yang lebih rendah kepada tingkatan yang lebih tinggi. Arus pesan pada tingkatan ini berisikan tentang laporan (harian, mingguan, bulanan dan tahunan), tugas-tugas yang telah diselesaikan, pertanyaan yang tidak atau kurang jelas mengenai metode dan prosedur kerja, pertanggung jawaban karyawan kepada pimpinan atau tugas yang dipercayakan padanya.

Tujuan dari pola komunikasi ini adalah untuk memberikan balikan, memberikan saran dan mengajukan pertanyaan. Komunikasi ini mempunyai efek pada penyempurnaan moral dan sikap pegawai, tipe pesan adalah integrasi dan pembaharuan. Dapat dikatakan, komunikasi pada tingkat ini merupakan sarana atau mekanisme umpan balik (feedback) dari bawahan kepada atasan.

Pada arus komunikasi ke atas juga sering kali mengalami persoalan pada relevansi dan kurasi pesan dan informasi, terutama diantara jaringan organisasi lainnya. Masalah yang dimaksud terutama adalah penyaringan (filtering) dan melebihkan arti pesan (exaggeration). Pegawai cenderung memberikan laporan pada hal-hal yang baik saja mengenai tugas, tanggungjawab dan mengenai departemennya dan organisasi yang dipahaminya kepada pemimpin.

Sharma (Muhammad, 1995:118) mengatakan beberapa kesulitan untuk mendapatkan informasi dari pegawai mungkin disebabkan oleh beberapa hal diantaranya sebagai berikut :

1. Kecendrungan pegawai untuk menyembunyikan perasaan dan pikirannya.

Hasil studi memperlihatkan bahwa pegawai merasa bahwa mereka akan mendapatkan kesukaran bila menyatakan apa yang sebenarnya menurut pikiran mereka. Karena itu cara yang terbaik adalah mengikuti apa yang disampaikan oleh supervisor maupun atasan mereka.

2. Perasaan pegawai bahwa pimpinan dan supervisor tidak tertarik kepada masalah mereka. Pegawai sering melaporkan bahwa pimpinan mereka tidak perhatian terhadap masalah-masalah mereka.
3. Kurangnya rewards atau penghargaan terhadap pegawai yang berkomunikasi ke atas. Seringkali supervisor dan pimpinan tidak memberikan penghargaan yang nyata kepada pegawai untuk memelihara keterbukaan komunikasi ke atas.
4. Perasaan pegawai bahwa supervisor dan pimpinan tidak dapat menerima dan memberikan respon terhadap apa yang dikatakan oleh pegawai.

Supervisor terlalu sibuk untuk mendengarkan atau pegawai susah untuk menemuinya. Sikap seperti ini sangat berbahaya bagi organisasi dalam jangka panjang sebab informasi yang relevan dan akurat sangat diperlukan pimpinan untuk membuat keputusan dan kebijakan yang arif, akurat dan efektif, didasarkan pada informasi yang biasa, tidak relevan dan tidak tepat. Maka besar kemungkinan keputusan yang dibuat tidak sesuai dengan kondisi

yang diharapkan. Salah satu masalah yang penting adalah bagaimana menciptakan iklim saling percaya, saling menghargai meningkatkan kejujuran dan keakraban antara pimpinan dengan pegawai. Hal ini merupakan bagian dari tugas para eksekutif puncak.

### C. Komunikasi Horizontal (Horizontal Communication)

Komunikasi horizontal adalah pertukaran pesan diantara orang-orang yang sama tingkat otoritasnya didalam organisasi. Pesan ini biasanya berhubungan dengan tugas-tugas atau tujuan kemanusiaan, seperti koordinasi, pemecahan masalah, penyelesaian konflik dan saling membagi informasi. Ada beberapa tujuan tertentu dari komunikasi horizontal diantaranya adalah :

1. Mengkoordinasikan tugas-tugas.
2. Saling memberikan informasi untuk perencanaan dan aktifitas-aktifitas.
3. Memecahkan masalah yang timbul diantara orang-orang yang berada dalam tingkat yang sama.
4. Menyelesaikan konflik diantara anggota yang ada dalam bagian organisasi dan antara bagian dengan bagian yang lainnya.
5. Menjamin pemahaman yang sama antara unit-unit organisasi atau anggota unit organisasi tentang perubahan itu.
6. Mengembangkan sokongan interpersonal dari temannya.

Kontak interpersonal dalam komunikasi horizontal yang mungkin terjadi dapat berupa rapat-rapat komite, interaksi informal pada waktu jam istirahat, percakapan telepon, memo dan nota, serta aktifitas sosial.

## **2. Pola Komunikasi Informal**



Selain pola komunikasi formal, arus pesan dapat melewati jaringan informal yaitu jenis komunikasi dalam struktur organisasi yang sebenarnya tidak diikuti secara resmi keberadaannya oleh manajemen. Jaringan komunikasi ini lebih dikenal dengan desas-desus (grapevine) atau kabar angin (Muhammad, 1995:124)

Komunikasi informasi cenderung berisi laporan rahasia mengenai orang dan kejadian-kejadian yang tidak mengalir secara resmi. Informasi yang diperoleh dari desas-desus adalah berkenaan dengan apa yang didengar atau apa yang dikatakan orang dan bukan apa yang diumumkan oleh pihak pimpinan. Informasi ini mengalir ke atas, ke bawah atau secara horizontal tanpa memperhatikan hubungan posisi, walaupun ada mungkin sedikit. Informasinya dapat berubah-ubah dan tersembunyi. Namun nyata, oleh karena tuntutan pegawai akan informasi relevan, akurat dan lengkap dalam tempo yang relatif singkat sangat besar dan beragam dalam mutu dan volume sedangkan kebutuhan informasi dimaksud tidak selalu dapat dipenuhi melalui pola komunikasi formal.

Dengan kata lain, Pola komunikasi informal dalam lingkup organisasi adalah suatu penyebaran pesan-pesan yang pada dasarnya tidak diketahui keabsahannya atau kebenarannya, pesan-pesan yang sudah melampaui aktivitas-aktivitas formal organisasi. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa di dalam pola komunikasi informal terdapat berbagai macam informasi yang mengalir.

Pola komunikasi informal memiliki kelebihan dan kelemahan yang memberikan dampak kepada organisasi. Adapun kelebihan adalah dapat berfungsi sebagai papan pengumuman yang menyuarakan kepenatan pegawai,

membantu menyalurkan berita yang tidak bisa dikirim lewat jaringan formal, memperlancar proses penyelesaian tugas-tugas pekerjaan dan membantu memperbaiki kehidupan sosial dan organisasi karena pegawai saling berbagi berita selentingan, sehingga satu sama lain menjadi pemain kelompok yang kompak. Sedangkan kelemahannya adalah meskipun akurasi berita bisa 75% sampai 95% kebenaran namun seringkali kesalahan terjadi juga, pegawai terkadang dapat mengubah fakta sesuai kepentingan pribadinya dari pada menyampaikan fakta sebenarnya dan sulit memastikan siapa yang harus bertanggung jawab terhadap fakta selentingan tersebut dimana pesan dikirim secara tidak tepat.

Efek negatif dari grapevine dapat dikontrol oleh pimpinan dengan menjaga pola komunikasi formal yang bersifat terbuka, jujur, teliti dan sensitif terhadap komunikasi ke atas, ke bawah dan horizontal. Pimpinan dapat memanfaatkan kelebihan jaringan ini untuk menunjang dan melengkapi pesan yang diperlukan, seperti suasana emosi, sentimen dan sikap karyawan terhadap berbagai masalah organisasi dan manajemen yang berkaitan dengan kepentingan pegawai dan keluarganya yang sulit didapat melalui jaringan formal, sehingga pimpinan dapat lebih arif dalam mengambil keputusan.

Pola komunikasi formal maupun pola komunikasi informal, dengan tujuan membentuk iklim komunikasi organisasi yang positif. antara lain melalui :

1. Program pendidikan dan pelatihan

Program pendidikan dan pelatihan dilaksanakan oleh perusahaan, dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan (skill) karyawan, dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan lain sebagainya.

## 2. Program motivasi kerja berprestasi

Program tersebut dikenal dengan istilah Achievement Motivation Training (AMT), di mana dalam pelatihan tersebut diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi (etos) kerja serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan atau keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.

## 3. Program penghargaan

Program penghargaan yang dimaksudkan disini adalah upaya pihak perusahaan (pimpinan) memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama pengabdian pekerjaan. Dalam hal ini, penghargaan yang diberikan itu akan menimbulkan loyalitas dan rasa memiliki (sense of belonging) yang tinggi terhadap perusahaan.

## 4. Program acara khusus (Special Events)

Yakni merupakan program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dalam rangka event ulang tahun perusahaan, diadakan kegiatan keagamaan, olahraga, lomba dan hingga berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua para karyawannya. Kegiatan dan program tersebut dimaksudkan untuk menumbuhkan rasa keakraban bersama di antara semua karyawan dan pimpinan.

## 5. Program media komunikasi internal

Membentuk media komunikasi internal melalui bulletin, news release (majalah dinding) dan majalah perusahaan yang berisikan pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau perusahaan dan pimpinan.

Keberadaan media tersebut, sifatnya harus dapat memenuhi kebutuhan kedua belah pihak. Bagi perusahaan sebagai media penyampai informasi dan bagi pembaca memperoleh informasi yang dibutuhkan dan meningkatkan kualitas hidup (self improvement).

Dengan demikian dapat juga diartikan bahwa hubungan kepegawaian (employee relations) tersebut tidak dilihat dalam pengertian sempit, yaitu sama dengan hubungan industrial yang hanya menekankan pada unsur-unsur proses “produksi dan upah” yang terkait dengan “lingkungan kerja”. Pengertiannya lebih dari itu, hubungan tersebut dipengaruhi oleh hubungan komunikasi internal antar karyawan lainnya, atau hubungan karyawan dan manajemen perusahaan yang efektif.

Dalam upaya mencapai tujuan perusahaan maka harus adanya keselarasan, semangat kerja sama di antara para anggota perusahaan melalui komunikasi yang baik antara manajemen dan karyawan seperti yang disebutkan dalam bentuk aliran komunikasi diatas. tujuan dari employee relations adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan saling pengertian antar pegawai ataupun antara pimpinan dengan semua pegawai dalam sebuah organisasi.

2. Mendapatkan data-data yang lengkap tentang sikap dan tingkah laku pegawai. Data ini diperlukan dalam rangka pembinaan, pengorganisasian, kerjasama, koordinasi, dan evaluasi terhadap pegawai.
3. Menciptakan kerjasama yang serasi antara pegawai.
4. Menanamkan rasa sukses kepada pegawai sehingga mereka merasa diberi kesempatan untuk maju dalam mengembangkan kariernya.
5. Menanamkan loyalitas para pegawai serta rasa damai kepada pegawai.
6. Menanamkan rasa tanggung jawab kepada para pegawai.
7. Menciptakan motivasi dan adanya semangat kerja yang tinggi.

### **2.3 JARINGAN KOMUNIKASI**

Menurut Daniel C. Feldman dan Hugh J. Arnold Dalam (Moekijat 1993:73) Ada dua pola komunikasi dalam organisasi. Pola pertama adalah jaringan komunikasi formal, yang sangat menyerupai struktur organisasi. Ada saluran-saluran formal melalui mana komunikasi mengalir. Pola kedua adalah jaringan komunikasi informal, kadang-kadang disebut "*grapevine*". Komunikasi informal ini terjadi di luar saluran-saluran yang telah ditentukan, dan paling sering dilakukan dalam interaksi tatap muka atau dengan telepon. *Grapevine* dapat digunakan dalam manajemen puncak untuk membuat pengumuman-pengumuman tidak resmi. Tiap orang dalam organisasi mempunyai peranan dalam jaringan komunikasi formal dan peranan dalam jaringan komunikasi informal, dan kedua peranan ini sangat mempengaruhi berapa banyak dan jenis informasi apakah ia akan menerimanya.

Luasnya jaringan komunikasi formal yang mempengaruhi aspek perhatian komunikasi paling banyak adalah sentralisasinya. Beberapa jaringan sangat didesentralisasikan; orang-orang dalam suatu kelompok dapat mengadakan komunikasi langsung satu sama lain. Unit-unit dengan jaringan-jaringan yang didesentralisasikan mempunyai lebih banyak komunikasi bersama; orang-orang dalam jaringan-jaringan yang didesentralisasikan menyampaikan dan menerima jauh lebih banyak informasi. (Moekijat, 1993:74)

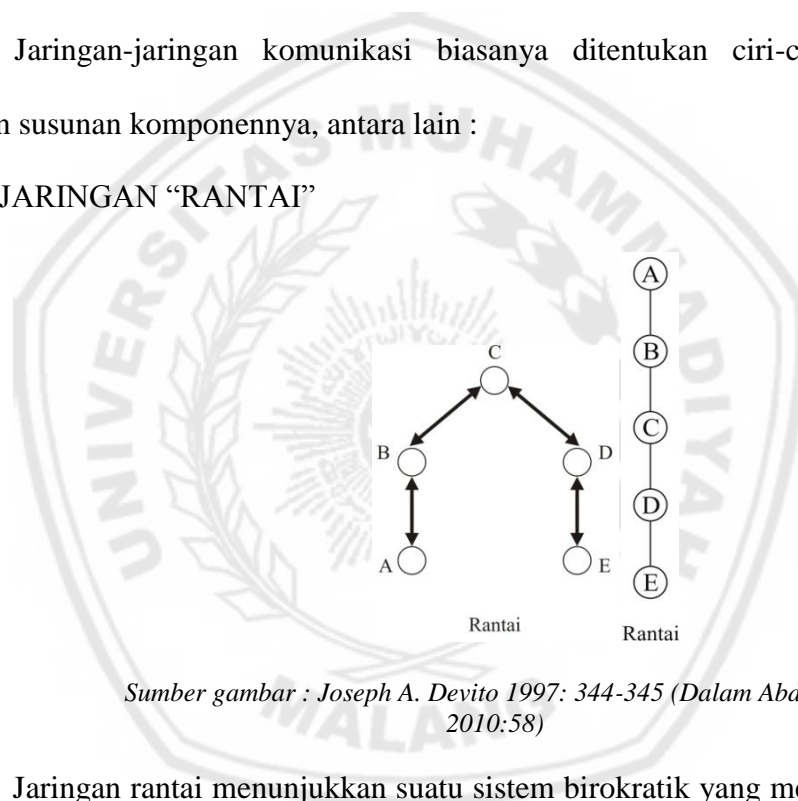
Menurut Stoner dan Wankel, beberapa penelitian yang sangat menarik telah dilakukan terhadap saluran-saluran komunikasi dalam organisasi dan pengaruhnya terhadap kecermatan komunikasi, pelaksanaan tugas, dan kepuasan anggota kelompok. Organisasi dapat dengan berbagai cara merencanakan susunan atau jaringan komunikasi mereka. Beberapa jaringan komunikasi mungkin direncanakan secara kaku. Misalnya, pegawai-pegawai dapat didorong untuk berbicara kepada setiap orang kecuali dengan atasan langsung mereka. Suatu jaringan demikian biasanya dimaksudkan untuk mencegah beban manajer-manajer tingkat atas yang terlalu banyak dengan informasi yang tidak perlu dan untuk memelihara kekuasaan dan status manajer-manajer tingkat atas (Moekijat 1993:79).

Pola jaringan-jaringan komunikasi formal telah diteliti secara mendalam. Suatu pesan dapat disampaikan dari seseorang kepada orang lain melalui salah satu dari beberapa pola atau saluran komunikasi alternatif yang masuk akal. Studi pola-pola komunikasi telah dilakukan untuk menemukan “cara yang terbaik” untuk mengadakan komunikasi. Sesungguhnya tidak ada suatu cara yang

universal paling baik untuk mengadakan komunikasi organisasi, karena informasi dan data disampaikan untuk bermacam-macam tujuan, cara menyampaikan pesan yang paling efektif tergantung pada faktor situasi seperti kecepatan, kecermatan, biaya dan pembatasan waktu. Meskipun demikian, suatu analisis jaringan komunikasi membantu menemukan pola-pola mana yang tercepat, paling cermat, paling fleksibel, dan sebagainya.

Jaringan-jaringan komunikasi biasanya ditentukan ciri-cirinya sesuai dengan susunan komponennya, antara lain :

#### 2.3.1. JARINGAN “RANTAI”

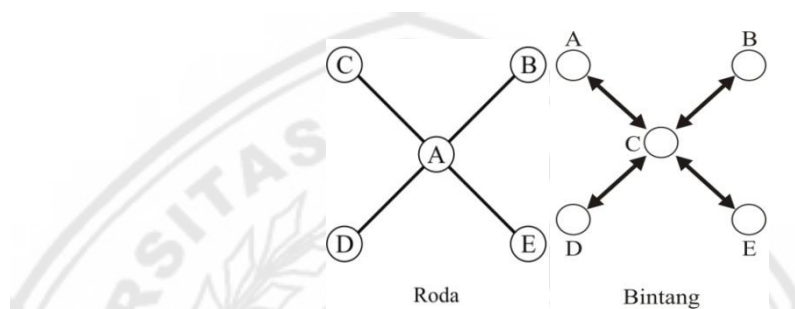


Sumber gambar : Joseph A. Devito 1997: 344-345 (Dalam Abdullah Masmuh, 2010:58)

Jaringan rantai menunjukkan suatu sistem birokratik yang mengikuti suatu pola komunikasi formal. Disini komunikasi melewati saluran yang sebenarnya mengikuti sistem hirarkis secara tepat. Dengan demikian apabila A perlu mengadakan komunikasi dengan E maka komunikasi akan melewati B, C dan D menurut urutan tersebut. Demikian pula, jawaban E kepada A akan melewati D, C dan B menurut urutan tersebut. A tidak dapat langsung berhubungan dengan E.

Jaringan rantai menggambarkan suatu situasi di dalam mana dua orang anggota pada ujung akhir jaringan hanya dapat mengadakan komunikasi dengan orang di antara mereka dan orang di pusat. Dengan demikian, dua orang di tengah menyampaikan informasi ke puncak. Jaringan ini dapat dipandang sebagai sentralisasi informasi, tetapi tidak seluas jaringan roda.

### 2.3.2. JARINGAN “RODA” DAN “BINTANG”



*Sumber gambar : Joseph A. Devito 1997: 344-345 (Dalam Abdullah Masmuh, 2010:58)*

Jaringan roda agak berbeda dengan jaringan rantai karena disini tingkat-tingkat dikurangi. Apabila E ingin mengadakan komunikasi dengan D ia hanya melewati A. Demikian pula, anggota-anggota lain dari kelompok ini harus melewati A untuk mengadakan komunikasi dengan anggota-anggota lain. Dengan cara demikian, ini menunjukkan suatu bagian dalam suatu organisasi besar, yang mempunyai kepala bagian yang mengawasi komunikasi.

Subyek C dalam pola bintang dapat mengadakan komunikasi secara langsung dengan A, B, D, dan E, meskipun subyek-subyek ini tidak dapat mengadakan komunikasi secara langsung satu sama lain.

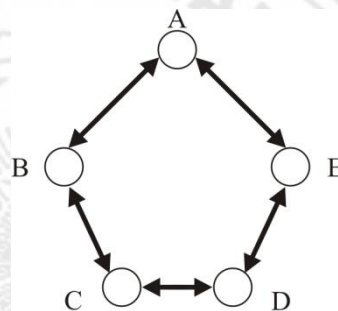
Pola ini memiliki pemimpin yang jelas, yaitu yang posisinya di pusat. Orang ini merupakan satu-satunya yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Oleh karena itu, jika seorang anggota ingin berkomunikasi dengan



anggota lain, maka pesannya harus disampaikan melalui pemimpinnya (Masmuh 2010:57).

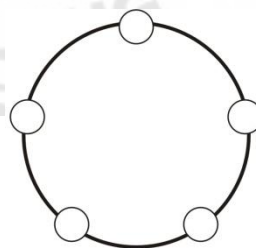
Jaringan roda atau bintang, masing-masing dari keempat anggota mengadakan komunikasi dengan orang pada pusat. Ini dapat merupakan situasi yang sama seperti keadaan organisasi di dalam mana orang-orang bawahan mengadakan komunikasi dengan atasan mereka, barangkali ini menunjukkan banyak sekali sentralisasi.

### 2.3.3. JARINGAN “LINGKARAN”



Lingkaran

*Sumber gambar : Joseph A. Devito 1997: 344-345 (Dalam Abdullah Masmuh, 2010:58)*



Lingkaran

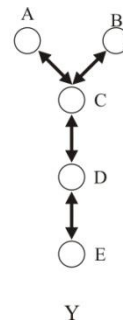
*Sumber gambar : Stephen P. Robbins, Management : Concept And Parctice-Hall, Inc, Englewood Cliffs, New jersey, 1984:367 (Dalam Moekijat, 1993:76)*

Berlawanan dengan jaringan rantai dan roda, jaringan lingkaran menjamin komunikasi di antara semua anggota kelompok. Tiap anggota dapat langsung mengadakan komunikasi dengan anggota (anggota-anggota) lain tanpa melalui tingkat-tingkat perantara. Ini menunjukkan bahwa dalam pekerjaan tidak ada tingkat-tingkat hirarkis dan bahwa anggota-anggota tidak merasa dipaksa untuk menyalurkan komunikasi mereka melalui orang-orang lain. Jaringan lingkaran menunjukkan suatu kebudayaan kelompok kawan sebaya atau suatu sistem partisipatif.

Jaringanlingkaran memungkinkan anggota-anggota saling mempengaruhi dengan anggota-anggota yang berdampingan, tetapi tidak lebih jauh. Jaringan ini menunjukkan suatu hirarki tiga tingkat di dalam mana terdapat komunikasi vertikal antara atasan dan bawahan dan komunikasi horisontal hanya pada tingkat paling rendah.

Dalam jaringan lingkaran, subyek B hanya dapat mengadakan komunikasi (melewati dinding pemisah) dengan subyek A dan C. Untuk mengadakan komunikasi dengan subyek E, subyek B harus disambung subyek A atau melalui subyek C dan D. Dimana, dalam jaringan lingkaran tiap orang dapat mengadakan komunikasi dengan dua orang lainnya dan dapat menunjukkan suatu desentralisasi.

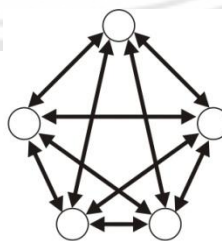
#### 2.3.4. JARINGAN “Y”



*Sumber gambar : Joseph A. Devito 1997: 344-345 (Dalam Abdullah Masmuh, 2010:58)*

Pola Y relatif kurang tersentralisasi dibanding dengan pola roda, tetapi lebih tersentralisasi dibanding dengan pola lainnya. Pada pola Y juga terdapat pemimpin yang jelas. Anggota ini dapat mengirimkan dan menerima pesan dari dua orang lainnya. Ketiga anggota lainnya komunikasinya terbatas hanya dengan satu orang lainnya (Masmuh, 2010:57-58). Apabila kita mengubah jaringan Y terbalik, maka kita dapat melihat dua orang bawahan memberi laporan kepada seorang manajer, yang masih mempunyai dua tingkat hirarki di atas manajer. Sebenarnya ini merupakan hirarki empat tingkat

#### 2.3.5. JARINGAN “SEMUA SALURAN”



Semua Saluran

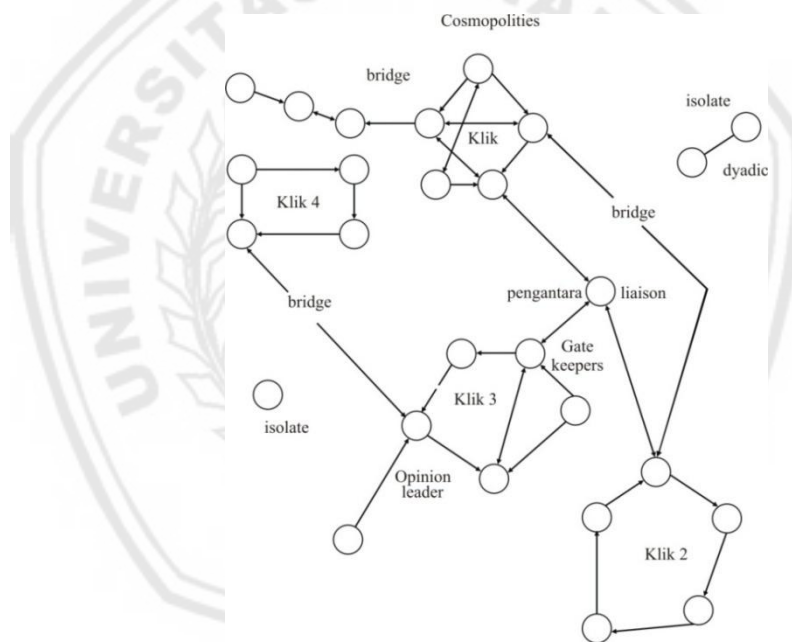
*Sumber gambar : Joseph A. Devito 1997: 344-345 (Dalam Abdullah Masmuh, 2010:58)*

Jaringan semua saluran memungkinkan tiap subyek mengadakan komunikasi secara bebas dengan keempat orang anggota lainnya. Dari jaringan-jaringan yang telah dibicarakan, jaringan semua saluran adalah yang paling sedikit tersusun. Meskipun jaringan ini dalam beberapa hal sama dengan jaringan lingkaran, jaringan semua saluran tidak mempunyai posisi pusat. Akan tetapi tidak ada pembatasan-pembatasan; semua anggota adalah sama. Jaringan ini paling baik dijelaskan dengan suatu panitia, dimana tidak ada seorang anggota pun baik formal maupun informal mempunyai posisi yang menonjol atau menerima beban. Semua anggota bebas untuk mengemukakan sudut pandang mereka.

Dalam jaringan semua saluran tiap orang dapat mengadakan komunikasi dengan tiap orang lainnya dalam kelompok. Ini adalah pola yang terlalu didesentralisasikan dan dapat menggambarkan grapevine di dalam mana informasi atau desas-desus saling ditukarkan secara bebas diantara orang-orang.

Menurut Dale dan Staudohar, saluran-saluran melalui pesan-pesan bergerak dalam suatu organisasi disebut jaringan atau strktur komunikasi. Saluran-saluran formal biasanya didasarkan atas suatu bagian organisasi yang menunjukkan cara-cara penyampaian informasi secara vertikal dan horisontal di seluruh organisasi. Struktur formal ini disebut karena struktur tersebut dibuat oleh manajemen dan secara formal diuraikan dalam bagian-bagian organisasi yang disetujui membentuk dan merumuskan garis-garis komunikasi. Garis-garis menemukan ciri-ciri khas dan menghubungkan pengirim dan penerima serta membentuk suatu pola disetujui untuk pertukaran komunikasi.

Akan tetapi banyak komunikasi dalam organisasi mengalir melalui saluran-saluran informal yang tidak mengikuti pola yang ditentukan. Hubungan-hubungan yang dibuat oleh sistem komunikasi informal dapat memberikan penyampain dan penerimaan yang lebih dapat dipercaya dan lebih penting dari pada hubungan-hubungan yang didapat dalam sistem formal. Dalam struktur informal grapevine (komunikasi informal) dari pertukaran-pertukaran lisan mungkin sangat berpengaruh. Gambar di bawah ini merupakan gambar dari jaringan komunikasi pada suatu organisasi.



Gambar Jaringan Komunikasi dalam organisasi

Sumber gambar : Arni Muhammad, 2005:104 (dalam Abdullah Masmuh, 2010:63)

Terdapat beberapa macam studi yang dilakukan orang mengenai jaringan komunikasi di antaranya studi Scwarth (Goidhaber, 1986) dalam (Masmuh, 2010:63) yang mempelajari karakteristik dari liaison atau orang yang sebagai pengantara dalam arus jaringan informasi formal. Hasil dari studinya

memperlihatkan bahwa orang yang sebagai pengantara memegang posisi atau status yang lebih tinggi dari orang-orang lain yang bukan sebagai pengantara dan merupakan wakil-wakil yang kuat dalam struktur pimpinan.

Menurut persepsi temannya orang yang sebagai pengantara mempunyai kontak yang banyak dan berbeda-beda dalam organisasi. Berinteraksi dengan orang sebagai pengantara adalah untuk mendapatkan lebih banyak pengaruh dalam struktur kekuasaan dari organisasi. Penemuan ini menunjukkan bahwa peranan komunikasi sebagai yang diidentifikasi dari sosiometri mempunyai konsekuensi nyata pada kekuasaan (power) dan pengaruh individu dalam suatu organisasi dan konsekuensi ini nampak bagai yang lain. Orang yang sebagai pengantara dan koneksi mereka mempunyai persepsi bahwa mereka mengenal banyak arus pesan sebelumnya mereka tidak mempersepsi diri mereka mempunyai banyak pesan tetapi karena koneksi mereka mengatakan demikian mereka terima.

Selain daripada penelitian di atas adapula penelitian yang mempelajari tentang peranan jaringan komunikasi dalam arus informasi informal. Davis (1953) mempelajari tentang pemindahan desas-desus dalam suatu organisasi. Hasil penelitian sebelumnya menyatakan pesan yang bersifat desas-desus ini. Davis menemukan bahwa beberapa individu secara konsisten keluar dari arus pesan yang bersifat desas-desus dan tidak mengambilnya sebagai sumber informasi.

Adalagi penelitian yang dilakukan oleh Robert dan O'Reily yang memperbandingkan anggota organisasi yang terisolasi dengan partisipan dalam tiga hal yaitu otoritas, keahlian, dan hubungan sosial. Mereka menemukan bahwa

partisipasi mempunyai pengalaman yang lebih banyak mengenai organisasi, sedangkan dengan yang terisolasi kurang matang, kurang tegas dan mempunyai konsep diri yang lemah dan sangat memerlukan rasa aman. Orang yang terisolasi cenderung memegang teguh informasi dan kurang puas dengan komunikasi dari partisipan.

Penemuan ini memperlihatkan bahwa orang yang terisolasi kurang mempunyai pengalaman, lebih merasa tidak aman dan kurang mempunyai motivasi untuk mencapai hasil, dibandingkan dengan partisipan. Mereka kurang puas dengan komunikasi dan kurang suka memberi sokongan secara aktif untuk menyebarkan informasi.

Banyak faktor yang mempengaruhi hakikat dan luasnya jaringan komunikasi, diantaranya hubungan dalam organisasi, arah dari arus pesan, hakikat seri dari arus pesan dan isi dari pesan.

Beberapa jaringan ditentukan oleh mekanisme yang sangat formal seperti jaringan yang digambarkan dalam struktur organisasi. Sementara itu ada juga jaringan komunikasi yang timbul tanpa perhatian dan perencanaan lebih dahulu seperti, jaringan komunikasi informal. Dalam proses difusi, untuk mendapatkan informasi bagi anggota kelompok, dalam jaringan komunikasi terdapat peranan-peranan sebagai berikut (Rogers dan Kincaid, 1981) :

*a. Liaison Officer (LO)*

yaitu orang yang menghubungkan dua atau lebih kelompok/sub kelompok, akan tetapi LO bukan anggota salah satu kelompok/sub kelompok.

*b. Gate keeper*

yaitu orang melakukan *filtering* terhadap informasi yang masuk sebelum dikomunikasikan kepada anggota kelompok/sub kelompok.

*c. Bridge*

yaitu anggota suatu kelompok/sub kelompok yang berhubungan dengan kelompok/ sub kelompok lainnya.

*d. Isolate*

yaitu mereka yang tersisih dalam suatu kelompok/sub kelompok

*e. Kosmopolit*

yaitu seseorang dalam kelompok/sub kelompok yang menghubungkan kelompok/sub kelompok dengan kelompok/sub kelompok lainnya atau pihak luar.

*f. Opinion Leader*

yaitu orang yang menjadi pemuka pendapat dalam suatu kelompok/sub kelompok

## **2.4 FILM DAN PROSES PRODUKSI FILM**

### **2.4.1 Pengertian Tentang Film**

Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu (Heru Effendy, 202: 134). Film juga merupakan sarana hiburan yang sangat menyenangkan bagi masyarakat. Film juga menjadi media untuk mendapatkan ilmu dan wawasan serta menjadi sarana efektif untuk proses pembelajaran.



Dalam Heru Effendy (2002: 132) berpendapat bahwa film adalah gambaran teatrikal yang di produksi secara khusus untuk dipertunjukan di gedung-gedung bioskop dan media televisi. Selain itu film adalah alat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak melalui sebuah media cerita. Film juga merupakan medium ekspresi artistic sebagai suatu alat bagi para seniman dan insane perfilman dalam rangka mengutarakan gagasangagasan dan ide cerita.

Film atau movie merupakan tampilan layar oleh kilatan pada layar oleh kilatan atau flicker cahaya yang muncul sebanyak 24 gambar tiap detiknya dari lampu proyektor. Kejadian itu dapat dilihat oleh mata manusia hanya saja karena kemampuan mata manusia yang terbata, maka potongan-potongan gambar tidak terlihat sedangkan yang muncul adalah pergerakan gambar halus. Fenomena ini disebut persistence of vision.

Berdasarkan penjelasan di atas film sebagai media komunikasi yang ampuh terhadap massa yang menjadi sasarannya, karena sifatnya yang audio visual yaitu gambar dan suara. Dengan gambar dan suara, film mampu bercerita banyak dalam waktu singkat dan mampu mempengaruhi audien.

Adapun juga film memiliki beberapa genre atau jenis. Genre adalah sebuah metode untuk indetifikasi menentukan jenis dari film. Penggunaan genre dalam sebuah film akan membuat daya tarik tersendiri bagi audien yang menontonnya, beberapa genre-genre film antara lain:

1. Genre Aksi

Fim aksi biasanya termasuk film yang memakan banyak energi. Karena dalam film aksi lebih menampilkan adengan-adengan penuh dengan pertempuran, bela diri dan lain-lainya yang bersifat energetic.

## 2. Genre Drama

Film Drama lebih memiliki alur cerita tentang situasi kehidupan. Drama lebih menekankan dalam pesan-pesan yang terkandung dalam film, sehingga penonton bisa merasakan apa yang dirasakan didalam film tersebut.

## 3. Genre Komedi

Film komedi sengaja dirancang untuk menghibur dan membuat tawa bagi para penontonya, dengan melebih-lebihkan situasi, bahasa, tindakan, hubungan, karakter.

## 4. Genre Horor

Film horor dirancang untuk memberikan efek rasa takut. Film horor identik dengan makhluk halus atau setan yang dibuat di film selalu membuat terkejut bagi para penontonya

## 5. Genre Perang

Film perang lebih menyajikan beberapa pertempuran atau sebuah peperangan antar negara, identik dengan tentara, tank, pesawat tempur dan biasanya cerita dibuat berdasarkan sejarah atau hanya imajinasi belaka.

## 6. Genre Thriller

Film thriller sendiri dapat diartikan sebagai film yang mendebarkan dan biasanya berkisah tentang petualangan hidup seseorang atau pengalaman buruk tertentu yang kadang berkaitan dengan pembunuhan.

#### 7. Genre Fantasi

Konflik dari jenis film fantasi tidak terlalu berbeda dengan film yang lain. Film fantasi dapat dibedakan dengan setting atau latar belakang serta tokoh yang unik, yang tidak ada di dunia nyata.

#### 8. Genre Sci Fi (Science Fiction)

Film Sci Fi mencakup tema-tema yang luas dan mempunyai unsur-unsur cerita fiksi yang mempunyai ciri khusus yaitu elemen imajinasinya berkaitan erat dan mempunyai kemungkinan untuk dijelaskan menggunakan scienc

### 2.4.2. Tinjauan Produksi Film

Kegiatan produksi film dan produk audio visual lainnya secara umum terdiri atas lima proses, seperti yang telah dijabarkan pada bab Pendahuluan. Akan tetapi dari kelima kegiatan tersebut, yang utama dan menyangkut dengan proses produksi meliputi kegiatan Pra-produksi, Produksi, dan Post-produksi (Effendy, 2002: 174).

#### A. Pra Produksi

Merupakan kegiatan tahap perencanaan produksi film yang akan diproduksi. Kompleksitas sebuah kegiatan perencanaan ini bergantung pada besar atau kecilnya film yang akan diproduksi. Di tahap ini, perekrutan awak

produksi film sudah terpilih; kru film sudah menentukan jenis film yang akan dibuat; serta naskah cerita yang akan dipakai, sudah matang dan tidak lagi mengalami perubahan. Selain itu rancangan anggaran juga sudah diselesaikan dan departemen kru yang bersangkutan mulai untuk mencari dana demi pembuatan film. Para pemeran dan pelaku dalam film telah dipilih melalui proses seleksi (casting). Setiap departemen dari tim pembuat film mulai melakukan preparasi sesuai dengan kewajiban timnya masing-masing. Para pemeran sudah dapat berkumpul untuk melakukan bedah naskah dengan penulis skenario dan sutradara. Departemen sinematografi membuat daftar teknis pengambilan adegan per adegan (shotlist) dan sudah dapat menyusun jadwal syuting (breakdown dan rundown). Di tahap ini pula dilakukan pencarian lokasi yang sekiranya sesuai dengan plot naskah yang telah dibuat. Saat melaksanakan pencarian lokasi, umumnya beberapa pemeran (aktor dan aktris) juga turut diboyong untuk melakukan latihan akting di lokasi syuting bersangkutan (Effendy, 2002: 175)

## B. Produksi

Setelah semua kegiatan pra-produksi serta kegiatan lain yang berkaitan dengan preparasi selesai dilaksanakan, maka tahap selanjutnya adalah melaksanakan pengambilan gambar adegan (take shot) atau yang lebih dikenal kaum awam dengan sebutan syuting.

Proses syuting dilaksanakan sesuai dengan jadwal syuting yang telah dibuat. Jadwal syuting secara garis besar pada umumnya tercantum pada breakdown dan detail jadwal setiap harinya dicantumkan ke dalam rundown.

Seluruh kru film dan para pemeran sebisa mungkin harus bekerja sesuai dengan jadwal yang sudah direncanakan agar proses pembuatan film selesai tepat waktu. Apabila melewati batas waktu yang telah dibuat dalam jadwal, maka diperlukan waktu tambahan dan tentunya hal tersebut akan mempengaruhi rancangan anggaran produksi

Seperti yang telah disampaikan dalam bab sebelumnya, pembuatan film sifatnya kolaboratif, karena kegiatan ini melibatkan sejumlah kegiatan dengan didukung oleh latar belakang keahlian yang berbeda-beda. Dari seluruh pihak yang terlibat dalam pembuatan film, termasuk aktor dan aktris, harus dapat bersinergi dan saling mendukung, agar setiap aspek pekerjaan terlihat sempurna untuk menghasilkan film berkualitas (Heru Effendy, 202: 176)

### C. Post-produksi

Setelah proses produksi rampung, maka kegiatan selanjutnya dalam pembuatan film adalah post-produksi. Dalam tahap ini, hasil perekaman gambar diolah dan digabungkan dengan hasil rekaman suara. Penggabungan tersebut disesuaikan dengan naskah sehingga dapat menjadi satu kesatuan karya audio-visual yang mampu bercerita kepada para penikmat film.

Aspek terpenting dalam kegiatan post-produksi adalah (Effendy, 2002: 177).

#### 1. Editing Offline

Merupakan tahapan penyuntingan kasar, di mana setiap adegan sudah disusun sesuai dengan urutan pada naskah. Pada proses editing offline ini, hanya dilakukan penyuntingan adegan per adegan, tanpa memasukkan efek suara dan efek audio lain seperti musik latar (music scoring). Tahap editing offline ini berakhir ketika susunan adegan dalam film telah sesuai dengan plot cerita dan sudah disetujui oleh sutradara dan pihak produser. Tahapan tersebut diistilahkan dengan picture locked.

## 2. Editing Online

Setelah melalui tahap picture locked, maka langkah selanjutnya adalah mengerjakan tahap editing online. Pada kegiatan editing online ini, susunan adegan yang sudah dikunci ditambahkan efek suara, music scoring (musik latar), serta efek visual lain seperti coloring, animation, serta special effect.

Proses editing tidak lagi mengacu pada naskah. Proses edit coloring pada setiap scene dilakukan sama seperti halnya melakukan penyuntingan pewarnaan dalam sebuah foto. Tone warna di film dapat disunting untuk membantu membangun keindahan visual, seperti membuat tone menjadi hitam-putih, sephia, menaikkan atau menurunkan kontras kualitas gambar, dan lain-lain. Selain untuk tujuan estetika, pewarnaan ini juga bertujuan semakin membangun suasana sesuai dengan plot cerita,

sehingga pesan yang ingin disampaikan kepada penonton juga dapat tersampaikan.

Kegiatan editing online dilakukan terpisah antara penambahan efek audio dan penambahan efek visual. Setelah proses keduanya selesai, langkah terakhir adalah melakukan proses mixing, dimana hasil suntingan audio dan suntingan visual digabungkan. Jika semua sudah tergabung menjadi satu, maka film sudah selesai diproduksi dan siap untuk dilempar ke pasaran.

#### **2.4.3. Tenaga Kreatif Dalam Produksi Film**

Tim produksi dalam pembuatan film adalah departemen terpisah yang secara aktif bekerja untuk mengawasi seluruh departemen yang ada di dalam tim pekerja film. Tim produksi terdiri dari (Effendy, 2002: 188):

a. Produser

Tugas seorang produser adalah memimpin seluruh tim produksi agar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan bersama, baik dalam aspek kreatif maupun manajemen produksi dengan anggaran yang telah disetujui oleh executive producer. Ia yang mengawasi proyek dari mulai perencanaan hingga selesai, termasuk terlibat dalam proses marketing dan distribusi. Untuk itu seorang produser harus mempunyai wawasan yang luas tentang film, baik teknis maupun non teknis.

b. Eksekutif Produser

Adalah orang yang membantu mengelola setiap aspek dari sebuah produksi audio-visual dan merupakan jabatan tertinggi dari jajaran

produser. Seluruh kru, termasuk produser, sutradara dan aktor bertanggung jawab kepada eksekutif produser.

c. Line Producer

Line Producer adalah penghubung antara pihak produser dengan production manager.

d. Production

Manager Orang ini bertanggung jawab untuk membuat dan mengatur jadwal produksi, bertindak sebagai penghubung informasi antara Executive Produser dan bagian lapangan, Orang yang bertanggung jawab atas detail produksi dari awal sampai produksi itu selesai.

e. Unit Manager

Bertanggung jawab atas segala hal yang terjadi di lapangan selama proses produksi. Unit produksi mempunyai peran sebagai kunci dalam menjalankan proses produksi secara baik, membantu produser dalam mengatur proses produksi agar sesuai dengan jadwal serta budget.

f. Production Coordinator

Production Coordinator adalah penghubung produksi informasi, bertanggung jawab untuk mengatur semua logistik yang berkaitan dalam memperkerjakan kru, peralatan sewa dan kontrak aktor dan aktris.

g. Post-production Supervisor

Bertanggung jawab untuk proses pasca produksi, di mana mereka menjaga kejelasan informasi dan menjadi penghubung komunikasi yang baik antara Editor, Produser, Pengawas Sound Editor, Fasilitas Perusahaan (seperti



laboratorium film, studio CGI dan Cutters Negatif) dan Accountant Producer.

h. Production Assistant

Bertanggung jawab membantu segala kegiatan di dalam kantor produksi dan beberapa departemen produksi dengan tugas-tugas umum, misalnya menjadi Asisten Produser dan membantu memperlancar pekerjaan departemen set operations.

i. Penulis Naskah

Seorang penulis naskah, selain membuat naskah dan plot cerita sendiri, dapat memulai pekerjaannya dengan menyelesaikan sebuah skenario kasar yang sebelumnya telah ditulis oleh produser. Penulis naskah juga dimungkinkan bekerja sama dengan departemen Art untuk membantu mewujudkan representasi visual dari naskah, saat proses produksi.

j. Script Supervisor Dikenal sebagai continuity person.

Script supervisor bertanggung jawab melacak bagian mana dari naskah yang telah difilmkan dan membuat catatan dari setiap perbedaan antara apa yang sebenarnya difilmkan dengan apa yang muncul di naskah. Hasil pencatatan Script Supervisor diberikan kepada editor untuk mempercepat proses editing. Script supervisor selalu bekerja sama dengan sutradara di lokasi syuting.

k. Stunt Coordinator

Bertugas mencari pemeran pengganti (stuntman) jika diperlukan dalam proses produksi sebuah film. Stunt coordinator akan bekerja sama dengan

sutradara untuk mengadakan casting dan mengatur adegan-adegan yang akan diperankan oleh pemeran pengganti terpilih.

- l. Casting Director

Orang yang menemukan talent melalui audisi, dan melakukan negosiasi untuk jasa aktor. Tugas lainnya adalah membagi-bagi peran sesuai dengan karakteristik dan usia, berdasarkan naskah.

- m. Directing

1. Sutradara

Orang yang mengontrol tindakan dan dialog di depan kamera dan bertanggung jawab untuk merealisasikan apa yang tertulis di dalam naskah. Visi sutradara adalah membimbing kru-nya dalam mencari lokasi yang tepat, melakukan casting, mendesain set dan lighting serta terlibat dalam proses editing dan dubbing. Sutradara diharapkan memiliki kemampuan dalam bekerjasama dengan banyak orang, terlibat dalam proses artistik, mengetahui masalah teknis serta mempunyai kemampuan dalam menangani perubahan-perubahan yang terjadi di lapangan. Beberapa orang menjadi sutradara karena memiliki pengalaman dalam bidang produksi, kamera ataupun editing.

2. Asisten Sutradara

Seorang asisten sutradara film selalu mengetahui perkembangan terbaru proses pengambilan film. Ia bertanggung jawab akan kehadiran aktor/aktris pada saat dan tempat yang tepat, dan juga melaksanakan instruksi sutradara.

n. Location

1. Manajer Lokasi

Bertugas mengawasi Departemen Lokasi dan staf, dan biasanya melaporkan langsung kinerjanya kepada Asisten Unit Manajer Produksi (atau sutradara atau produser). Manajer Lokasi bertanggung jawab untuk membersihkan (atau memastikan izin untuk menggunakan) akhir lokasi untuk syuting.

2. Asisten Manajer Lokasi

Membantu Manajer Lokasi dalam menyelesaikan tanggung jawabnya di lapangan. Umumnya membutuhkan dua sampai tiga orang untuk memegang jabatan ini

## **2.5 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu digunakan untuk bahan referensi serta perbandingan tentang penelitian sejenis yakni untuk membedakan proses penelitian, objek penelitian, subjek penelitian, fokus penelitian hingga pada hasil penelitian. Dalam penelitian ini, dengan tema pola komunikasi dalam organisasi, peneliti menggunakan penelitian terdahulu dari Universitas Muhammadiyah Malang Jurusan Ilmu Komunikasi atas nama Devy Rosyida Sari (20101000311065) yakni dengan judul penelitian “ Pola Komunikasi Organisasi Kemahasiswaan (Study Pada Pengurus Inti Organisasi Kine Klub UMM)

Dalam penelitian tersebut kemudian berhasil menemukan beberapa hasil antara lain, faktor terbentuknya pola komunikasi dalam Kine Klub UMM dikarenakan para anggota melakukan pertemuan secara rutin. Selain itu proses

aliran komunikasinya berjalan dari atas kebawah artinya segala sesuatu yang berhubungan informasi terkait organisasi bersifat struktural, berasal dari pimpinan kemudian turun pada Koordinator setiap CO baru kemudian kepada anggota yakni elemen paling bawah dalam komunikasi.

Peneliti kemudian membedakan beberapa hal terkait penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut. Meskipun secara objek sama yakni pada ruang lingkup Kine Klub UMM, namun hal yang meniadakan perbedaan adalah fokus penelitian. Dalam penelitian terdahulu terfokus pada pola komunikasi yang terjadi dalam pengurus inti sedangkan untuk penelitian ini menggunakan atau terfokus pada salah satu program kerja yang disusun oleh pengurus inti tersebut yakni pola komunikasi organisasi pada aktifitas produksi bersama kine klub ke 13.

Selain pada fokus penelitian, hal yang bisa dibedakan adalah dari sisi subjek atau informan penelitian, dalam hal ini pengurus dengan crew produksi bersama jelas berbeda baik dari posisi, jabatan dan perannya. Hal lain yang kemudian menarik untuk dilihat adalah nanti pada hasil penelitian, jika penelitian sebelumnya pola komunikasi terbentuk adalah dari atas kebawah atau sistematis (terstruktur) . apakah penelitian ini nanti menunjukkan hasil yang sama ?